

Stellingen behorend bij het proefschrift

‘The missing drink’.

Nonresponse and data quality in mail surveys on alcohol consumption

Viviënne Lahaut

1. Onder nonrespondenten van een alcoholenquête bevinden zich relatief meer geheelonthouders dan onder respondenten. *(dit proefschrift)*.
2. Herinneringen sturen aan nonrespondenten leidt niet tot een vermindering van de nonresponsfout. Het is wel een effectieve methode om de steekproef te vergroten. *(dit proefschrift)*
3. Meer geheugensteuntjes inbouwen in de ‘weekly recall’ en ‘quantity-frequency’ alcoholvragen leidt niet tot een hogere rapportage van alcohol consumptie, maar wel tot meer itemnonrespons. *(dit proefschrift)*
4. De keuze voor een gezondheidsorganisatie, zoals een GGD, als afzender voor een alcoholenquête leidt tot een hogere respons in vergelijking tot een universitair centrum of ander onderzoeksinstituut. *(dit proefschrift)*
5. De jaarlijkse alcohol consumptie is beter te meten door vragen waarin de sociale en persoonlijke context centraal staat dan door vragen waarin het alcohol drinken centraal staat. *(dit proefschrift)*
6. Het verstandigst is zij die weet wat ze niet weet *(Socrates)*
7. De kans op tevredenheid is groter indien je kiest voor het suboptimale.
8. “Het is het lot van theorieën dat zij verdwijnen. Hun verontschuldiging is dat zij het ontstaan geven aan nieuwe experimenten. Toch hebben ze niet nutteloos geleefd als ze feiten achterlaten die gediend hebben om ze te ondersteunen of om ze te vernietigen.” *(H.F. Osborn)*
9. Het is een misvatting dat het opschrijven van meer informatie in een subsidieaanvraag leidt tot een hogere kans op honorering.
10. De zoektocht naar het ‘missende glaasje’ is als het achterna jagen van een fata morgana in een woestijn: de bron is steeds een stap verder weg dan je denkt.
11. “Wanneer je nagaat wat nu eigenlijk de kern is van het begrip ‘succes hebben’, zul je ontdekken dat dat niets anders is dan afmaken waar je aan bent begonnen.” *(F.W. Nichol)*